



Tạp chí

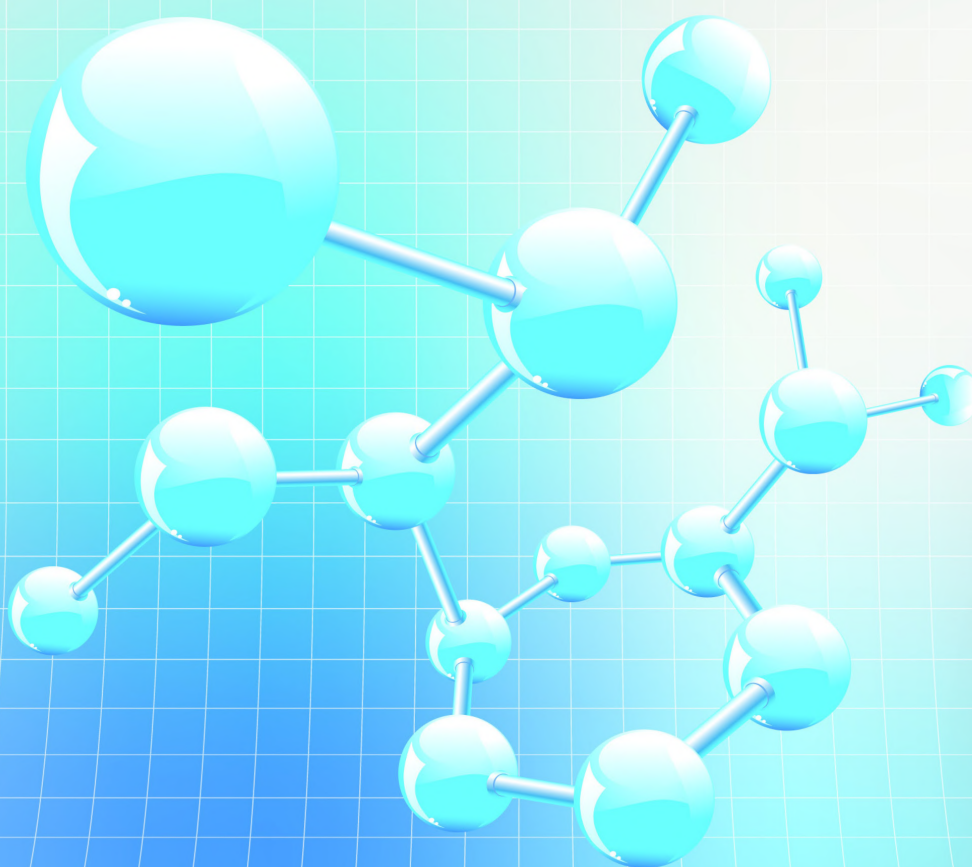
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

Đ A I H Ọ C S A O ĐỎ

SCIENTIFIC JOURNAL - SAO DO UNIVERSITY

P. ISSN 1859-4190

E. ISSN 2815-553X



Số 2 (89)

2025

P. ISSN 1859-4190
E. ISSN 2815-553X

■ **Tổng Biên tập**

TS. Đỗ Văn Đình

■ **Phó Tổng biên tập**

TS. Nguyễn Thị Kim Nguyễn

■ **Thư ký Tòa soạn**

PGS.TS. Ngô Hữu Mạnh

■ **Hội đồng Biên tập**

TS. Nguyễn Thị Kim Nguyễn - Chủ tịch Hội đồng

GS.TS. Phạm Thị Ngọc Yến

PGS.TSKH. Trần Hoài Linh

PGS.TS. Nguyễn Văn Liễn

GS.TSKH. Thân Ngọc Hoàn

GS.TSKH. Bành Tiến Long

GS.TS. Nguyễn Đức Toàn

PGS.TS. Lê Thu Quý

GS.TS. Lê Anh Tuấn

GS.TS. Đinh Văn Sơn

PGS.TS. Trương Thị Thủy

PGS.TS. Nguyễn Thị Bất

GS.TS. Đỗ Quang Kháng

PGS.TS. Ngô Sỹ Lương

PGS.TS. Khuất Văn Ninh

GS.TSKH. Phạm Hoàng Hải

PGS.TS. Đoàn Ngọc Hải

PGS.TS. Nguyễn Ngọc Hà

GS.TS. Yu Ming Zhang

GS.TS. Nguyễn Văn Anh

■ **Ban Biên tập**

TS. Vũ Văn Đông - Trưởng ban

ThS. Đoàn Thị Thu Hằng - Phó Trưởng ban

■ **Editor-in-Chief**

Dr. Do Van Dinh

■ **Vice Editor-in-Chief**

Dr. Nguyen Thi Kim Nguyen

■ **Office Secretary**

Assoc.Prof.Dr. Ngo Huu Manh

■ **Editorial Board**

Dr. Nguyen Thi Kim Nguyen - Chairman

Prof.Dr. Pham Thi Ngoc Yen

Assoc.Prof.Dr.Sc. Tran Hoai Linh

Assoc.Prof.Dr. Nguyen Van Lien

Prof.Dr.Sc. Than Ngoc Hoan

Prof.Dr.Sc. Banh Tien Long

Prof.Dr. Nguyen Duc Toan

Assoc.Prof.Dr. Le Thu Quy

Prof.Dr. Le Anh Tuan

Prof.Dr. Dinh Van Son

Assoc.Prof.Dr. Truong Thi Thuy

Assoc.Prof.Dr. Nguyen Thi Bat

Prof.Dr. Do Quang Khang

Assoc.Prof.Dr. Ngo Sy Luong

Assoc.Prof.Dr. Khuat Van Ninh

Prof.Dr.Sc. Pham Hoang Hai

Assoc.Prof.Dr. Doan Ngoc Hai

Assoc.Prof.Dr. Nguyen Ngoc Ha

Prof.Dr. Yu Ming Zhang

Prof.Dr. Nguyen Van Anh

■ **Editorial**

Dr. Vu Van Dong - Head

MSc. Doan Thi Thu Hang - Deputy Head

Địa chỉ Tòa soạn:

Trường Đại học Sao Đỏ.

Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

Điện thoại: (0220) 3587213, Fax: (0220) 3882 921, Hotline: 0912 107858/0936 847980.

Website: <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn/>Email: tapchikhcn@saodo.edu.vn.

Giấy phép xuất bản số: 620/GP-BTTTT ngày 17/9/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông.

In 2.000 bản, khổ 21 × 29,7cm, tại Công ty TNHH in Tre Xanh, cấp ngày 17/02/2011.

LIÊN NGÀNH ĐIỆN - ĐIỆN TỬ - TỰ ĐỘNG HÓA

- | | | |
|--|----|---|
| Dự báo tình trạng sức khỏe của pin lithium (SOH) dựa trên mô hình hình tự hồi quy phi tuyến tính có đầu vào ngoại sinh | 5 | Phạm Thành Long
Võ Duy Thành
Nguyễn Bảo Huy
Trần Hoài Linh |
| Mô hình trên máy tính bộ biến đổi hòa hợp tải DC-DC | 11 | Phạm Công Tảo
Phạm Thi Hoan |
| Thiết kế thiết bị đo thông số môi trường sử dụng mạch nhúng ARM và truyền thông LoRa để ứng dụng trong nông nghiệp | 19 | Trần Thị Phương Thảo
Đỗ Văn Đình |
| Nghiên cứu động lực học và trạng thái cơ học của sàng rung sử dụng phương pháp phần tử biên | 27 | Nguyễn Thị Phương Oanh
Nguyễn Thị Sim
Vũ Trí Võ |

LIÊN NGÀNH CƠ KHÍ - ĐỘNG LỰC

- | | | |
|--|----|---|
| Nghiên cứu ảnh hưởng của vật liệu đến chất lượng bề mặt khi miết ép dao động | 34 | Nguyễn Văn Hình
Nguyễn Đức Hải
Đào Văn Kiên |
| Nghiên cứu ảnh hưởng của tốc độ chày và góc nghiêng thành khuôn đến chất lượng sản phẩm trong quá trình dập đa điểm phôi tấm | 40 | Trần Hải Đăng
Nguyễn Hữu Chấn
Trần Văn Diện
Nguyễn Thị Thu |
| Nghiên cứu ảnh hưởng số đường may chần bông, khối lượng tấm bông và số lớp bông đến độ co áo jacket | 45 | Nguyễn Thị Hiền
Phạm Thị Kim Phúc
Đỗ Thị Làn
Nguyễn Văn Đoàn |
| Nghiên cứu ảnh hưởng của một số thông số công nghệ cơ bản đến độ co hình thù vi tính trên vải Pe/Co | 51 | Nguyễn Quang Thoại |

NGÀNH KINH TẾ

- | | | |
|--|----|---|
| Giải pháp Marketing nhằm phát triển du lịch nông thôn trên địa bàn tỉnh Hải Dương | 59 | Vũ Thị Hường
Nguyễn Thị Huế
Nguyễn Thị Thủy |
| Giải pháp truyền thông nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh của Trường Đại học Sao Đỏ | 65 | Ngô Thị Luyện
Nguyễn Thị Ngọc Mai |

NGÀNH KINH TẾ

- Kế toán chi phí môi trường và chi phí xã hội tại các doanh nghiệp FDI trên địa bàn tỉnh Hải Dương: Thực trạng và giải pháp 71 Đinh Thị Kim Thiết
- Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với hoạt động du lịch lễ hội tỉnh Hải Dương 77 Nguyễn Thị Huệ

NGÀNH HÓA HỌC - THỰC PHẨM

- Nghiên cứu tính chất cấu trúc của các cluster $[Mo_6X_{14}]$ ($X = F, Cl, Br, I$) ở 22 EM và năng lượng ion hóa thứ 2 của các cluster $[Mo_6X_{14}]^{2-}$ bằng phương pháp phiếm hàm mật độ 82 Phạm Thị Diệp

NGÀNH KHOA HỌC GIÁO DỤC

- Sử dụng trích đoạn phim trong việc nâng cao kỹ năng nói tiếng Trung Quốc của học sinh sinh viên trong các cơ sở giáo dục đại học 98 Phạm Thị Hồng Trang
- Nghiên cứu và vận dụng các phương pháp dạy học tích cực trong giảng dạy các học phần tiếng Anh căn bản cho sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ 94 Tăng Thị Hồng Minh
Trần Thị Mai Hương
Đặng Thị Thanh

LIÊN NGÀNH TRIẾT HỌC - XÃ HỘI HỌC - CHÍNH TRỊ HỌC

- Giáo dục giá trị đạo đức truyền thống dân tộc cho sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ hiện nay 101 Nguyễn Thị Hiền
Trần Thị Hồng Nhung
Nguyễn Mạnh Tường
- Đề xuất giải pháp nâng cao năng lực số cho giảng viên trong bối cảnh chuyển đổi số 107 Nguyễn Thị Nhan
- Vận dụng tư tưởng triết học trong Truyện Kiều của Nguyễn Du vào giảng dạy học phần Triết học Mác - Lênin cho sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ 112 Đỗ Thị Thùy
Phạm Xuân Đức
Nguyễn Thị Hải Hà
- Giá trị thời đại của tác phẩm “Nâng cao đạo đức cách mạng, quét sạch chủ nghĩa cá nhân” của Chủ tịch Hồ Chí Minh và sự vận dụng của Đảng ta trong công cuộc đấu tranh chống chủ nghĩa cá nhân, xây dựng Đảng hiện nay 118 Phạm Văn Dự
Vũ Hồng Phong

NGÀNH VĂN HÓA - NGHỆ THUẬT - THỂ DỤC THỂ THAO

- Nghiên cứu, ứng dụng các bài tập bổ trợ nhằm nâng cao hiệu quả thi đấu cho đội bóng chuyền hơi nữ sinh viên Trường Đại học Sao Đỏ 124 Hà Đình Soát
Vũ Tiến Hiếu

TITLE FOR ELECTRICITY - ELECTRONICS - AUTOMATION

- | | | |
|---|----|---|
| Prediction of Lithium battery State of Health (SOH) based on a nonlinear autoregressive exogenous model | 5 | Pham Thanh Long
Vo Duy Thanh
Nguyen Bao Huy
Tran Hoai Linh |
| Computer model of the DC-DC matching converter | 11 | Pham Cong Tao
Pham Thi Hoan |
| Designing environment parameter measurement device for agricultural applications using embedded ARM and LoRa communication technology | 19 | Tran Thi Phuong Thao
Do Van Dinh |
| Dynamic and structural analysis of a vibrating sieve using the boundary element method | 27 | Nguyen Thi Phuong Oanh
Nguyen Thi Sim
Vu Tri Vo |

TITLE FOR MECHANICAL AND DRIVING POWER ENGINEERING

- | | | |
|---|----|---|
| Research on the influence of materials on surface quality in oscillating smoothing process | 34 | Nguyen Van Hinh
Nguyen Duc Hai
Dao Van Kien |
| Effect of punching speed and die wall bevel angle on product quality during incremental sheet forming process | 40 | Tran Hai Dang
Nguyen Huu Chan
Tran Van Dien
Nguyen Thi Thu |
| Research on the influence of number of quilted seams, quilted weight and number of quilted layers on jacket shrinkage | 45 | Nguyen Thi Hien
Pham Thi Kim Phuc
Do Thi Lan
Nguyen Van Doan |
| The influence of some embroidery technology factors on the shrinkage of PE/CO fabric when embroidering on computerized machines | 51 | Nguyen Quang Thoai |

TITLE FOR ECONOMICS

- | | | |
|--|----|---|
| Local Marketing solutions to develop rural tourism in Hai Duong province | 59 | Vu Thi Huong
Nguyen Thi Hue
Nguyen Thi Thuy |
| The communication solutions to enhance the effectiveness of enrollment work at Sao Do University | 65 | Ngo Thi Luyen
Nguyen Thi Ngoc Mai |

TITLE FOR ECONOMICS

- Environmental cost and social cost accounting at FDI enterprises in Hai Duong province: Current situation and solutions 71 Dinh Thi Kim Thiet
- Factors affecting the satisfaction of domestic tourists with the festival tourism activities in Hai Duong province 77 Nguyen Thi Hue

TITLE FOR CHEMISTRY - FOOD

- Study of the structural properties of clusters $[Mo_6X_{14}]$ ($X = F, Cl, Br, I$) at 22 EM and the second ionization energy of clusters $[Mo_6X_{14}]^{2-}$ by the density functional method 82 Pham Thi Diep

TITLE FOR EDUCATION SCIENCE

- Using movie clips to improve the Chinese speaking skills of students in higher education institutions 88 Pham Thi Hong Trang
- Research and application of active teaching methods in teaching basic English course for students at Sao Do University 94 Tang Thi Hong Minh
Tran Thi Mai Huong
Dang Thi Thanh

TITLE FOR PHILOSOPHY - SOCIOLOGY - POLITICAL SCIENCE

- Educating traditional moral values of the nation for students at Sao Do University today 101 Nguyen Thi Hien
Tran Thi Hong Nhung
Nguyen Manh Tuong
- Proposing solutions to improve digital capacity for lecturers in the context of digital transformation 107 Nguyen Thi Nhan
- Research and apply philosophical ideas in Nguyen Du's The Tale of Kieu in teaching the Marxist-Leninist philosophy module for students at Sao Do University 112 Do Thi Thuy
Pham Xuan Duc
Nguyen Thi Hai Ha
- The contemporary value of the work "Improving revolutionary morality, wiping out individualism" by President Ho Chi Minh and its application by our Party in the current struggle against individualism and party building 118 Pham Van Du
Vu Hong Phong

TITLE FOR CULTURE - ALGORITHMS - SPORTS

- Research and application of supplementary exercises to enhance the performance of the female volleyball team of Sao Do University students 124 Ha Dinh Soat
Vu Tien Hieu

Giải pháp Marketing nhằm phát triển du lịch nông thôn trên địa bàn tỉnh Hải Dương

Local Marketing solutions to develop rural tourism in Hai Duong province

Vũ Thị Hương*, Nguyễn Thị Huế, Nguyễn Thị Thủy

*Tác giả liên hệ: huongvudhsd20102014@gmail.com

Trường Đại học Sao Đỏ

Ngày nhận bài: 23/12/2024

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 26/3/2025

Ngày chấp nhận đăng: 02/6/2025

Tóm tắt

Du lịch nông thôn là một trong những xu hướng phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, không chỉ giúp tăng trưởng ngành du lịch mà còn thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội tại các khu vực nông thôn. Với đặc điểm là một tỉnh nông nghiệp phát triển mạnh mẽ, lại có cảnh quan thiên nhiên đa dạng và những di sản văn hóa phong phú, tạo ra nhiều cơ hội cho phát triển mô hình du lịch nông thôn. Bài báo tập trung nghiên cứu thực trạng và đề xuất một số giải pháp Marketing nhằm phát triển mô hình dịch vụ du lịch nông thôn tại Hải Dương nhằm nâng cao giá trị du lịch, bảo vệ môi trường và cải thiện đời sống người dân địa phương.

Từ khóa: Du lịch nông thôn; Marketing du lịch; sản phẩm du lịch.

Abstract

Rural tourism is one of the strong development trends in recent years, not only helping to grow the tourism industry but also promoting socio-economic development in rural areas. With the characteristics of a strongly developed agricultural province, diverse natural landscapes and rich cultural heritages, creating many opportunities for developing rural tourism models. The article focuses on studying the current situation and proposing some marketing solutions to develop rural tourism service models in Hai Duong to enhance tourism value, protect the environment and improve the lives of local people.

Keywords: Rural tourism; tourism marketing; tourism products.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch nông thôn đang nổi lên như một xu hướng phát triển bền vững trong ngành du lịch Việt Nam. Tỉnh Hải Dương, với vị trí chiến lược và tiềm năng tự nhiên phong phú, là một điểm đến tiềm năng cho du lịch nông thôn. Các phương pháp nghiên cứu bao gồm phân tích dữ liệu thứ cấp, khảo sát ý kiến của khách du lịch và các doanh nghiệp du lịch địa phương. Bài báo tập trung nghiên cứu thực trạng và đề xuất một số giải pháp Marketing nhằm phát triển mô hình dịch vụ du lịch nông thôn tại Hải Dương nhằm nâng cao giá trị du lịch, bảo vệ môi trường và cải thiện đời sống người dân địa phương.

2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN

2.1. Một số khái niệm

Du lịch nông thôn

Du lịch nông thôn (Rural Tourism) được định nghĩa là loại hình du lịch diễn ra ở khu vực nông thôn, với quy mô kinh doanh nhỏ, không gian mở, được tiếp xúc trực

tiếp và hòa mình vào thiên nhiên, gắn với những đặc điểm tiêu biểu ở khu vực nông thôn, những di sản văn hóa xã hội và văn hóa truyền thống ở làng xã,... thể hiện đặc tính đa dạng về môi trường, kinh tế, lịch sử, địa điểm của mỗi vùng nông thôn [1-tr.1].

Marketing du lịch

Định nghĩa marketing du lịch của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO): Marketing du lịch là một triết lý quản trị, mà nhờ đó tổ chức du lịch nghiên cứu, dự đoán và lựa chọn trên mong muốn của du khách, từ đó đem sản phẩm ra thị trường sao cho phù hợp với mong muốn của thị trường mục tiêu, thu nhiều lợi nhuận cho tổ chức du lịch đó [2-tr.17].

Marketing du lịch là một loại phương pháp và kỹ thuật được hỗ trợ bằng một tinh thần đặc biệt nhằm thỏa mãn các nhu cầu không nói ra của khách hàng có thể là mục đích tiêu khiển hoặc những mục đích khác bao gồm công việc gia đình, công tác và hợp hành [2-tr.17].

2.2. Đặc điểm của du lịch nông thôn

Du lịch nông thôn có đặc điểm chung là hoạt động du lịch được tổ chức tại khu vực nông thôn. Mục đích gắn với hoạt động sản xuất nông nghiệp của cộng đồng ở

Người phản biện: 1. TS. Nguyễn Minh Tuấn

2. PGS. TS. Nguyễn Thị Hồng Nhung

vùng nông thôn; tạo ra nhiều cơ hội việc làm, tác động tích cực đến cuộc sống của cộng đồng nông thôn; trực tiếp tạo ra cầu nối hoạt động sản xuất và cung cấp nông sản, sản phẩm thủ công của làng nghề truyền thống.

- Các sản phẩm du lịch ở nông thôn thường đi đôi với 3 loại hình trên như du lịch làng nghề, du lịch lễ hội, du lịch sản xuất, sản phẩm,... Du lịch nông thôn cũng bao gồm các Tour du lịch nông thôn như: tham quan danh lam thắng cảnh, công viên công cộng, nghiên cứu truyền thống và di sản trong khu vực nông thôn để du khách được trải nghiệm những nét hấp dẫn khác vùng đô thị, tiếp xúc với người dân nông thôn, nghỉ ngơi, giải trí và chăm sóc sức khỏe,...

- Du lịch nông thôn là chuỗi các hoạt động, dịch vụ và tiện nghi được cung cấp ở khu vực nông thôn, để khai thác các giá trị ở vùng nông thôn như một nguồn tài nguyên, đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của cư dân không ở nông thôn hoặc ở vùng nông thôn khác.

2.3. Vai trò của Marketing đối với phát triển du lịch nông thôn

Marketing đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong việc phát triển du lịch nông thôn, đặc biệt là ở những vùng như các địa phương tại Việt Nam, nơi nông thôn có nhiều tiềm năng nhưng chưa được khai thác đúng mức.

- Tăng cường nhận thức về điểm đến du lịch: Marketing giúp tạo dựng và nâng cao nhận thức của du khách về các điểm đến du lịch nông thôn chưa được khám phá nhiều.

- Xây dựng thương hiệu du lịch đặc trưng: Marketing giúp xây dựng thương hiệu du lịch riêng biệt cho các địa phương nông thôn. Mỗi vùng đất có đặc điểm văn hóa, cảnh quan riêng và Marketing giúp khai thác những yếu tố này để tạo ra thương hiệu độc đáo.

- Kết nối cộng đồng với du khách: Marketing giúp kết nối các cộng đồng nông thôn với du khách thông qua các hoạt động du lịch cộng đồng.

- Thu hút đầu tư vào hạ tầng du lịch: Một chiến lược marketing hiệu quả có thể thu hút các nhà đầu tư vào việc phát triển cơ sở hạ tầng du lịch tại các khu vực nông thôn. Điều này không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn tạo ra một môi trường du lịch bền vững, hấp dẫn hơn đối với du khách.

3. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HẢI DƯƠNG

3.1. Thực trạng phát triển du lịch nông thôn trên địa bàn tỉnh Hải Dương

Đề án “Phát triển du lịch chất lượng cao tỉnh Hải Dương giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050” có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo ra các bước “đột phá” để du lịch tỉnh Hải Dương trở thành ngành kinh tế quan trọng, góp phần tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Nhờ nỗ lực không ngừng trong việc phát triển du lịch theo đề án, tính đến thời điểm này, du lịch Hải Dương đã khởi sắc và đạt những kết quả đáng khích lệ:

- *Khách du lịch*: Năm 2024, đạt khoảng 2.547.975 lượt khách (trong đó khách quốc tế: 108.525 lượt, khách nội địa 2.439.450 lượt) tăng 41% so với năm 2023.

- *Doanh thu du lịch*: Năm 2023 đạt 861,35 tỷ đồng, năm 2024 đạt 1.22,58 tỷ đồng, tăng 41%.

Tỉnh đã tập trung huy động nhiều nguồn lực phát triển du lịch văn hóa, du lịch nông nghiệp nông thôn. Theo Quy hoạch tỉnh Hải Dương, phương án phát triển các khu tổ hợp sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng triển khai trên địa bàn tỉnh thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 có 18 khu Bảng 1 [4-tr.31]:

Bảng 1. Phương án phát triển du lịch nông thôn tỉnh Hải Dương

STT	Loại hình du lịch	Số lượng	Địa điểm
1	Khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng	7	Hồ Thanh Long, hồ Bến Tắm, cồn Vĩnh Trụ, đập Vễn (cùng Chí Linh), An Thanh (Tứ Kỳ), đảo Cò (Thanh Miện), sông Hương (Thanh Hà).
2	Khu du lịch nông thôn, làng nghề	5	Làng trồng hoa thôn Thanh Mai, khu nông nghiệp, công nghệ cao (cùng Chí Linh), gồm Chu Đậu (Nam Sách), gỗ Đồng Giao (Cẩm Giàng), du lịch nông nghiệp và làng nghề truyền thống huyện Ninh Giang.
3	Khu, tổ hợp du lịch gắn di tích	3	Côn Sơn - Kiếp Bạc, chùa Thanh Mai (cùng Chí Linh), An Phụ - Kinh Chủ - Nhâm Dương (Kinh Môn).
4	Khu, tổ hợp du lịch khác	3	Đảo Ngọc (TP. Hải Dương), dịch vụ tổng hợp, nghỉ dưỡng và sân golf Bãi Soi (Tứ Kỳ, Thanh Hà), bến thuyền phục vụ du lịch (Chí Linh).
Tổng		18	

Nguồn: Sở văn hóa thể thao và du lịch tỉnh Hải Dương

3.2. Nghiên cứu thực trạng hoạt động Marketing trong phát triển du lịch nông thôn trên địa bàn tỉnh Hải Dương

3.2.1. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu này, các phương pháp được

sử dụng bao gồm: Tổng hợp, phân tích từ các tài liệu và dữ liệu thứ cấp thu thập từ các cơ quan (Tổng Cục Du lịch; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hải Dương; Cục Thống kê Hải Dương); phương pháp thực địa; điều tra xã hội học.

Đối với phương pháp điều tra xã hội học, nhóm tác giả đã điều tra các đối tượng: Cán bộ quản lý, doanh nghiệp, dân cư, khách du lịch về thực trạng marketing tại 3 địa điểm du lịch: Chí Linh, Thanh Miện, Ninh Giang, thời gian lấy mẫu từ 01/12/2024 đến 31/12/2024. Số phiếu thu nhận hợp lệ 200 phiếu). Đặc điểm mẫu ngẫu nhiên về nhân khẩu học (bao gồm: Độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, thu nhập,...) được thể hiện qua Bảng 2.

Bảng 2. Đặc điểm mẫu nghiên cứu (n = 200)

Biến quan sát	Đặc điểm	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	103	51,5
	Nữ	97	48,5
Tuổi	Từ 16 đến 21 tuổi	42	21,0
	Từ 22 đến 30 tuổi	60	30,0
	Từ 31 đến 40 tuổi	61	30,5
	Từ 41 đến 50 tuổi	18	9,0
	Trên 50 tuổi	19	9,5
Nghề nghiệp	Học sinh, sinh viên	43	21,5
	Viên chức	53	26,5
	Công nhân	67	33,5
	Kinh doanh	18	9,0
	Nghề nghiệp khác	19	9,5
Đối tượng	Cán bộ quản lý	13	6,5
	Doanh nghiệp	24	12,0
	Dân cư	42	21,0
	Khách du lịch	121	60,5

Bảng hỏi Bảng 3 đã được thiết lập để phỏng vấn các đối tượng về ý kiến của họ đối với thực trạng hoạt động marketing du lịch nông thôn tỉnh Hải Dương gồm 16 nhân tố được lựa chọn theo thang đo likert 5 mức: (1) rất kém, (2) kém, (3) trung bình, (4) tốt, (5) rất tốt.

Bảng 3. Mức độ đánh giá của các đối tượng về hoạt động marketing nhằm phát triển du lịch nông thôn tại tỉnh Hải Dương

STT	Nhân tố đánh giá	Mã hóa	Thang đánh giá (%)				
			Rất kém	Kém	Trung bình	Tốt	Rất tốt
I	Đánh giá về tiềm năng du lịch nông thôn tại Hải Dương	TN					
1	Tiềm năng phát triển du lịch nông thôn tại Hải Dương	TN1		6	33	25	36
2	Sự đa dạng của các loại hình du lịch nông thôn	TN2		0,5	28,5	32,5	38,5
3	Mức độ hấp dẫn của các điểm du lịch nông thôn đối với du khách	TN3		3,5	29,5	35	32
II	Đánh giá về các chính sách marketing du lịch nông thôn tại Hải Dương	CS					
1	Giá sản phẩm, dịch vụ hợp lý	CS1		5	26,5	28	40,5
2	Cơ sở hạ tầng, công nghệ du lịch hiện đại/cảnh quan hệ sinh thái hấp dẫn	CS2		3	36,5	37	23,5
3	Cơ sở lưu trú tiện nghi, thoải mái	CS3		8,5	42,5	26	23
4	Ẩm thực phong phú, đặc trưng	CS4		4	38,5	37	20,5
5	Nhiều hoạt động vui chơi, giải trí	CS5		6,5	39	28,5	26
6	Hướng dẫn viên du lịch chuyên nghiệp, nhiệt tình	CS6		2	35,5	35,5	27
7	Các sản phẩm du lịch nông thôn có hấp dẫn không?	CS7		6	33	25	36
8	Các kênh quảng bá cho các điểm du lịch đa dạng, dễ tiếp cận	CS8		1,5	33,5	33,5	31,5

STT	Nhân tố đánh giá	Mã hóa	Thang đánh giá (%)				
			Rất kém	Kém	Trung bình	Tốt	Rất tốt
III	Đánh giá về hiệu quả hoạt động marketing du lịch nông thôn tại Hải Dương	HQ					
1	Hiệu quả của các kênh truyền thông quảng bá (mạng xã hội, website, báo chí)	HQ1			22,5	26,5	51
2	Mức độ hấp dẫn của nội dung quảng bá du lịch nông thôn	HQ2		1	25	31,5	42,5
3	Sự tương tác giữa các đơn vị quản lý du lịch và du khách	HQ3		1	28	25	46
4	Mức độ ứng dụng công nghệ thông tin trong quảng bá du lịch	HQ4		4	32,5	38,5	25
5	Mức độ hỗ trợ của chính quyền địa phương trong hoạt động marketing du lịch	HQ5	0,5	13	49,5	25	12

Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả

3.2.2. Kết quả nghiên cứu

Thứ nhất: Đánh giá về tiềm năng du lịch nông thôn tại Hải Dương.

Việc khai thác và phát triển du lịch nông thôn tại Hải Dương có thể mang lại lợi ích lớn về kinh tế, văn hóa và môi trường. Dưới đây là những yếu tố và tiềm năng nổi bật của tỉnh trong lĩnh vực này:

- Tài nguyên tự nhiên.

Hải Dương có vị trí địa lý thuận lợi, nằm gần Hà Nội và các trung tâm kinh tế lớn, giao thông thuận tiện với các tuyến đường bộ, đường sắt, và đường thủy. Về cảnh quan thiên nhiên, tỉnh có các vùng nông thôn đẹp, đồng ruộng trù phú, đồi núi thấp như ở Chí Linh, Kinh Môn, và hệ thống sông ngòi dày đặc.

- Di sản văn hóa.

Hải Dương có nhiều di tích lịch sử, văn hóa cấp quốc gia như Côn Sơn - Kiếp Bạc, đền thờ Chu Văn An, chùa Thanh Mai. Các lễ hội truyền thống như lễ hội Kiếp Bạc, lễ hội mùa vải cũng là điểm nhấn. Tỉnh cũng có nhiều làng nghề như gốm Chu Đậu, chạm khắc gỗ Đông Giao, làm bánh gai Ninh Giang,... mang giá trị văn hóa cao.

- Tiềm năng phát triển du lịch trải nghiệm: Tổ chức các tour trải nghiệm làm nông, tham quan vườn vải, học cách làm bánh đậu xanh, hoặc tham gia vào hoạt động thu hoạch mùa vụ; phát triển các khu du lịch sinh thái gắn với cảnh quan thiên nhiên như hồ Bến Tắm, rừng phòng hộ, hoặc các khu bảo tồn; các chương trình tìm hiểu văn hóa truyền thống, lịch sử địa phương có thể thu hút học sinh, sinh viên và khách quốc tế.

Các tiềm năng để phát triển du lịch nông thôn tại Hải Dương được các đối tượng liên quan đánh giá cao, có tới 61% phiếu khảo sát đánh giá tiềm năng du lịch nông thôn tại Hải Dương là tốt và rất tốt. Sự đa dạng của các loại hình du lịch nông thôn đạt 71% tỷ lệ phiếu đánh giá tốt và rất tốt, còn mức độ hấp dẫn của các điểm du lịch nông thôn đối với du khách đạt 67%. Như vậy, tiềm năng để phát triển du lịch nông thôn ở Hải Dương được đánh giá rất cao.

Bên cạnh những tiềm năng và thuận lợi để phát triển hình thức du lịch nông thôn này thì cũng có nhiều thách thức cần vượt qua. Thách thức thứ nhất là hạ tầng

chưa đồng bộ. Các vùng nông thôn còn thiếu cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, như giao thông, nhà nghỉ, nhà hàng. Quảng bá cũng chưa đủ mạnh, các sản phẩm du lịch chưa được quảng bá rộng rãi, chưa có thương hiệu mạnh, có tới 35% ý kiến cho rằng quảng bá du lịch nông thôn Hải Dương chưa đa dạng và hiệu quả. Một thách thức nữa đó là thiếu nguồn nhân lực chuyên nghiệp, đội ngũ hướng dẫn viên và cán bộ du lịch tại địa phương còn hạn chế.

Thứ hai, về các chính sách và hiệu quả hoạt động marketing địa phương nhằm phát triển du lịch nông thôn trên địa bàn tỉnh Hải Dương.

- Về chính sách sản phẩm du lịch.

Cảnh quan sinh thái du lịch nông thôn ở Hải Dương rất phong phú, sở hữu nhiều tiềm năng để phát triển du lịch nông thôn gắn với hệ sinh thái đặc trưng. Một số hệ sinh thái nổi bật có thể kể đến ở Hải Dương như: Khu du lịch sinh thái Đảo Cò (Thanh Miện) vùng cây ăn quả Thanh Hà, đặc biệt là dòng sông Hương chảy qua khu vực này tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch sinh thái sông nước kết hợp với tham quan vườn cây; Các vùng sinh thái nông nghiệp với nhiều nông sản đặc trưng như vải, ổi, cà rốt, cam, gà đồi, rươi,... Các làng nghề truyền thống như bánh đa Hội Yên, gốm Chu Đậu cũng góp phần tạo nên sản phẩm du lịch đa dạng.

Về ẩm thực của các khu du lịch nông thôn Hải Dương lại là một điểm cộng vì được đánh giá có độ phong phú và đặc trưng khá cao, 57,5% số phiếu đánh giá ở mức tốt và rất tốt.

Đánh giá về sự đa dạng của các chương trình tour du lịch có tới 54,5% phiếu đánh giá tốt và rất tốt nhưng vẫn còn một số đối tượng đánh giá kém, chiếm 6,5%, nguyên nhân vì các đối tượng này có sự kỳ vọng sẽ được trải nghiệm nhiều bất ngờ hơn khi đến các điểm du lịch mới, nhưng điều kiện thực tế chưa cho phép.

- Về chính sách giá.

Giá các sản phẩm, dịch vụ du lịch tại các khu du lịch nông thôn Hải Dương được đánh giá khá cạnh tranh so với các tỉnh lân cận. Giá vé vào cửa hoặc tham quan làng nghề thường ở mức thấp hoặc miễn phí. Các dịch vụ trải nghiệm, như tự tay làm gốm hay thu hoạch vải,

có giá từ 50.000 - 150.000 VNĐ/người. Mức giá này tương đối hợp lý và phù hợp với đối tượng khách hàng nội địa, đặc biệt là nhóm gia đình và học sinh. Mức giá thấp đồng nghĩa với doanh thu từ các hoạt động du lịch không cao, gây khó khăn trong việc tái đầu tư và nâng cao chất lượng dịch vụ. Vì vậy, 61% số phiếu điều tra đánh giá chính sách giá sản phẩm, dịch vụ ở Hải Dương tốt và rất tốt.

- Công tác quảng bá và truyền thông.

Các điểm du lịch nông thôn ở Hải Dương tiến hành khá nhiều kênh quảng cáo, từ truyền hình, báo, tạp chí và đặc biệt là trên internet. Vì vậy, các đối tượng khách hàng dễ dàng tiếp cận với các thông tin của điểm đến. 65% ý kiến khảo sát đánh giá hoạt động quảng bá du lịch đa dạng và hiệu quả, còn hiệu quả của các kênh truyền thông quảng bá lại càng được đánh giá cao (77,5% đánh giá tốt và rất tốt).

- Về đối tượng khách hàng.

Các điểm du lịch hướng tới phân khúc khách hàng trẻ, chủ yếu là học sinh - sinh viên và người đi làm (công nhân, viên chức) ở các thành phố lân cận sẽ đi giải tỏa stress vào cuối tuần, nhóm khách này chiếm đến hơn 80%.

- Về cơ sở hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ.

Cơ sở hạ tầng, công nghệ du lịch ở Hải Dương được đánh giá khá tốt với tỷ lệ 60,5% phiếu đánh giá tốt và rất tốt. Tuy nhiên, cơ sở lưu trú ở các điểm du lịch ở Hải Dương chưa được trú trọng đầu tư nhiều, đặc biệt ở các điểm du lịch nông thôn, chưa có nhiều cơ sở lưu trú cao cấp, có tới 51% số phiếu đánh giá sự tiện nghi thoải mái của các cơ sở lưu trú chỉ ở mức trung bình và kém.

- Về chính sách hỗ trợ của chính quyền địa phương

Chính quyền tỉnh Hải Dương đã đưa du lịch nông thôn vào chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, tập trung vào các sản phẩm đặc trưng như làng nghề truyền thống (gốm Chu Đậu, bánh đậu xanh,...), các vùng cây ăn quả (vải thiều Thanh Hà) và di tích lịch sử, văn hóa. Các chính sách cũng còn nhiều hạn chế như: Chưa có chiến lược marketing dài hạn, thiếu quy hoạch đồng bộ. Hiệu quả của các chính sách này cũng được các đối tượng khảo sát đánh giá thấp, có cả nhận xét hiệu quả rất kém, tỷ lệ đánh giá kém và trung bình chiếm 62,5%.

3.2.3. Đánh giá chung

* Điểm đạt được.

Các kết quả khảo sát cho thấy sự đồng thuận cao về tiềm năng và sự đa dạng của du lịch nông thôn Hải Dương, với tỷ lệ đánh giá tốt và rất tốt về các yếu tố như tài nguyên thiên nhiên, di sản văn hóa và các hoạt động du lịch.

- Chính quyền tỉnh Hải Dương đã đưa du lịch nông thôn vào chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, nhấn mạnh vào các sản phẩm du lịch đặc trưng như làng nghề truyền thống và các vùng cây ăn quả.

- Các phương tiện truyền thông đa dạng (truyền hình, báo chí, internet) được sử dụng để quảng bá du lịch nông thôn Hải Dương.

- Các sản phẩm và dịch vụ du lịch được đánh giá có giá cạnh tranh và phù hợp với khách hàng nội địa, đặc biệt là nhóm đối tượng gia đình và học sinh.

* Điểm chưa đạt được.

- Dù có sự phát triển trong cơ sở hạ tầng du lịch, nhưng các vùng nông thôn của Hải Dương vẫn thiếu cơ sở hạ tầng quan trọng như giao thông, cơ sở lưu trú, nhà hàng.

- Đội ngũ hướng dẫn viên và cán bộ du lịch tại địa phương còn hạn chế về chuyên môn, gây ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của khách du lịch. Việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao là một yếu tố quan trọng cần được quan tâm.

- Chính sách quảng bá du lịch chưa đủ mạnh, đặc biệt là thiếu một chiến lược marketing dài hạn và kế hoạch quảng bá đồng bộ.

4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP MARKETING NHẪM PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HẢI DƯƠNG

4.1. Phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng

- Có chính sách đặc thù hỗ trợ cho các trang trại, hợp tác xã hoạt động sản xuất gắn với hoạt động du lịch nông nghiệp từ cơ sở hạ tầng, trang thiết bị máy móc, công nghệ và giống mới.

- Tổ chức các chương trình famtrip thu hút các doanh nghiệp lân cận xây dựng tour du lịch đưa khách đến Hải Dương. Phát triển các tour du lịch sinh thái, du lịch vườn, tham quan các khu vực trồng cây ăn quả, tham gia hoạt động thu hoạch nông sản, thử nghiệm nghề nông.

- Tổ chức các tour tham quan các làng nghề nổi tiếng ở Hải Dương (làng nón, làng gốm, làng mây tre đan, làng trồng hoa,...).

- Tổ chức các lễ hội văn hóa, ẩm thực, thể thao hoặc các sự kiện đặc sắc nhằm thu hút du khách đến tham gia và trải nghiệm không khí của những lễ hội này.

- Tạo ra các sự kiện giao thương sản phẩm nông sản địa phương, không chỉ giúp phát triển du lịch mà còn thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm đặc trưng của vùng miền.

4.2. Xây dựng thương hiệu du lịch nông thôn tại một số điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Hải Dương

- Phát triển cơ sở hạ tầng, tiềm năng, thế mạnh du lịch nông nghiệp, xem phát triển du lịch nông nghiệp gắn với thương hiệu phát triển "du lịch xanh", gắn với sản phẩm OCOP, thân thiện với môi trường, là loại hình du lịch với chi phí thấp song có thu nhập cao.

- Phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của các làng quê, như làng nghề, các lễ hội, di tích lịch sử, cảnh quan thiên nhiên. Tập trung vào các yếu tố độc đáo của vùng nông thôn Hải Dương như văn hóa, lịch

sử, cảnh quan thiên nhiên, làng nghề truyền thống, sản phẩm nông sản đặc sản, lễ hội dân gian,...

- Tạo ra logo và khẩu hiệu đặc trưng cho du lịch nông thôn Hải Dương, giúp dễ dàng nhận diện và gợi nhớ.

4.3. Các giải pháp về xây dựng kênh phân phối thông qua việc liên kết với các đối tác du lịch

- Khuyến khích các doanh nghiệp trong ngành khách sạn, nhà hàng, vận chuyển, và hướng dẫn viên du lịch hợp tác để xây dựng gói du lịch trọn gói, tạo ra trải nghiệm mượt mà cho du khách.

- Hợp tác với các công ty du lịch: Liên kết với các công ty du lịch lớn trong và ngoài nước để giới thiệu các sản phẩm du lịch nông thôn Hải Dương. Tạo ra các gói du lịch kết hợp tham quan các tỉnh lân cận.

- Hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển: Đảm bảo các dịch vụ vận chuyển từ các thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh,... đến Hải Dương được thuận tiện và dễ dàng.

Để phát triển du lịch nông thôn Hải Dương, cần phải áp dụng một chiến lược marketing địa phương tổng thể, kết hợp với việc phát huy các thế mạnh địa phương, tạo dựng hình ảnh thương hiệu du lịch độc đáo và thu hút sự tham gia của cộng đồng địa phương. Quan trọng là luôn duy trì tính bền vững, bảo vệ giá trị văn hóa và môi trường, để du lịch nông thôn trở thành nguồn phát triển lâu dài cho cộng đồng và nền kinh tế địa phương.

4.4. Khuyến mãi và các chương trình giảm giá

- Tạo chương trình khuyến mãi hấp dẫn: Giảm giá cho các nhóm khách du lịch lớn, giảm giá cho các tour vào mùa thấp điểm để thu hút khách. Các ưu đãi đặc biệt cho các dịp lễ hội, ngày nghỉ dài.

- Thẻ du lịch: Cung cấp thẻ du lịch Hải Dương, cho phép du khách tận hưởng các ưu đãi như giảm giá vé tham quan, giảm giá dịch vụ ăn uống, hay quà tặng đặc sản Hải Dương khi tham gia tour.

4.5. Ứng dụng công nghệ số trong hoạt động phát triển du lịch nông thôn

- Xây dựng website và ứng dụng di động: Phát triển website du lịch tỉnh Hải Dương với thông tin đầy đủ về các điểm du lịch, lịch trình tham quan, thông tin về các tour và các hoạt động địa phương. Cần kết hợp với ứng dụng di động giúp khách du lịch dễ dàng tra cứu thông tin.

- Marketing qua mạng xã hội: Tận dụng các nền tảng như: Facebook, Instagram, YouTube, Tiktok để quảng

bá các điểm đến, sự kiện và trải nghiệm du lịch nông thôn Hải Dương. Sử dụng hình ảnh, video về phong cảnh, người dân, ẩm thực, hoạt động du lịch để thu hút sự chú ý.

- Sử dụng công cụ SEO và quảng cáo trực tuyến: Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) cho website, sử dụng Google Ads và Facebook Ads để tiếp cận đúng đối tượng khách hàng.

5. KẾT LUẬN

Giải pháp Marketing nhằm phát triển du lịch nông thôn tại Hải Dương cần tập trung vào việc xây dựng thương hiệu du lịch, phát triển sản phẩm đặc trưng, ứng dụng công nghệ, hợp tác cộng đồng và tạo sự kết nối giữa các địa phương. Đồng thời, các chiến lược quảng bá trên các kênh truyền thông cũng rất quan trọng để tăng cường sự nhận diện và thu hút du khách.

Kết quả nghiên cứu cho thấy cần xây dựng một chiến lược marketing phù hợp, sử dụng các công cụ truyền thông hiện đại, kết hợp với việc phát triển sản phẩm du lịch đa dạng, bảo vệ môi trường và phát huy giá trị văn hóa của vùng.

LỜI CẢM ƠN

Kết quả nghiên cứu này thuộc đề tài khoa học công nghệ cấp cơ sở mã số 12.KHCN/24-25 đã được Trường Đại học Sao Đỏ, các doanh nghiệp tạo điều kiện giúp đỡ cho nhóm nghiên cứu thực nghiệm hoàn thành nhiệm vụ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Bùi Thị Lan Hương (2010), *Du lịch Nông nghiệp và Du lịch nông thôn*, Trường Cán bộ Quản lý Nông nghiệp và Phát triển nông thôn 2.
- [2]. TS. Trần Ngọc Nam, TS. Trần Huy Nam (2001), *Giáo trình Marketing du lịch*, NXB TP. Hồ Chí Minh.
- [3]. Quyết định 150/QĐ-TTg 2022, *Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững* (thuvienphapluat.vn).
- [4]. Ủy ban nhân dân tỉnh Hải Dương (2021), *Đề án Phát triển du lịch chất lượng cao tỉnh Hải Dương giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Hải Dương.
- [5]. Ủy ban nhân dân tỉnh Hải Dương (2023), *Báo cáo thực hiện Đề án Phát triển du lịch chất lượng cao tỉnh Hải Dương giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*.

AUTHORS INFORMATION

Vu Thi Huong*, Nguyen Thi Hue, Nguyen Thi Thuy

*Corresponding Author: huongvudhsd20102014@gmail.com
Sao Do University.

THỂ LỆ GỬI BÀI

TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

Tạp chí Nghiên cứu khoa học, Trường Đại học Sao Đỏ (P. ISSN 1859-4190, E. ISSN 2815-553X), thường xuyên công bố kết quả, công trình nghiên cứu khoa học và công nghệ của các nhà khoa học, cán bộ, giảng viên, nghiên cứu sinh, học viên cao học, sinh viên ở trong và ngoài nước.

1. Tạp chí xuất bản 01 số/quý bằng hai ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh. Tạp chí nhận đăng các bài báo khoa học thuộc các lĩnh vực: Điện - Điện tử - Tự động hóa; Cơ khí - Động lực; Kinh tế; Triết học - Xã hội học - Chính trị học; Các lĩnh vực khác gồm: Công nghệ thông tin; Hóa học - Công nghệ thực phẩm; Ngôn ngữ học; Toán học; Vật lý; Văn hóa - Nghệ thuật - Thể dục thể thao...
2. Bài nhận đăng là những công trình nghiên cứu khoa học chưa công bố trong bất kỳ ấn phẩm khoa học nào.
3. Tòa soạn chỉ nhận bài báo gửi online trên website <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>. Bài báo gửi về tòa soạn dưới dạng file điện tử (*.doc *.docx và *.pdf); cuối bài báo, tác giả ghi rõ thông tin địa chỉ liên hệ, số điện thoại, email và cập nhật thông tin trên website. Bài báo phải được trình bày đúng định dạng, rõ ràng; Trường hợp bài báo phải chỉnh sửa theo thể lệ hoặc theo yêu cầu của Phản biện thì tác giả sẽ cập nhật trên website. Người phản biện sẽ do tòa soạn mời. Tòa soạn không gửi lại bài nếu không được đăng.
4. Các công trình thuộc đề tài nghiên cứu có Cơ quan quản lý cần kèm theo giấy phép cho công bố của cơ quan (Tên đề tài, mã số, tên chủ nhiệm đề tài, cấp quản lý,...).
5. Tên bài báo trình bày bằng hai ngôn ngữ (tiếng Việt và tiếng Anh), font Arial, cỡ chữ 14, in đậm, căn giữa.
6. Tên tác giả (không ghi học hàm, học vị), font Arial, cỡ chữ 10, in đậm, căn lề phải; cơ quan công tác của các tác giả, font Arial, cỡ chữ 9, in nghiêng, căn lề phải.
7. Chữ "Tóm tắt" in đậm, font Arial, cỡ chữ 10; Nội dung tóm tắt của bài báo không quá 10 dòng, trình bày bằng hai ngôn ngữ (tiếng Việt và tiếng Anh), font Arial, cỡ chữ 10, in thường.
8. Chữ "Từ khóa" in đậm, nghiêng, font Arial, cỡ chữ 10; Có từ 03÷05 từ khóa, font Arial, cỡ chữ 10, in nghiêng, ngăn cách nhau bởi dấu chấm phẩy, cuối cùng là dấu chấm.
9. Nội dung bài báo viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh; Nếu là bài báo viết bằng tiếng Việt: Tiêu đề tiếng Việt trước, tiếng Anh sau; Tóm tắt tiếng Việt trước, tiếng Anh sau; Từ khóa tiếng Việt trước, tiếng Anh sau; Nếu là bài báo viết bằng tiếng Anh: Tiêu đề tiếng Anh trước, tiếng Việt sau; Tóm tắt tiếng Anh trước, tiếng Việt sau; Từ khóa tiếng Anh trước, tiếng Việt sau.
10. Bài báo được đánh máy trên khổ giấy A4 (21 × 29,7cm) có độ dài không quá 8 trang, font Arial, cỡ chữ 10, giãn dòng At least 12pt, Before 3pt, After 3pt; căn lề trên 2.5cm, dưới 2.5cm, trái 3cm, phải 2cm; hình vẽ phải rõ ràng, đủ nét và được định dạng dưới dạng file ảnh (*.jpg); Phương trình, công thức phải soạn thảo bằng Mathtype hoặc Equation; Phần nội dung bài báo được chia thành 02 cột, khoảng cách cột là 1cm; Trong trường hợp hình vẽ, hình ảnh có kích thước lớn, bảng biểu có độ rộng lớn hoặc công thức, phương trình dài thì cho phép trình bày dưới dạng 01 cột.
11. Tài liệu tham khảo được sắp xếp theo thứ tự tài liệu được trích dẫn trong bài báo.
 - Nếu là sách/luận án: Tên tác giả (năm), Tên sách/luận án/luận văn, Nhà xuất bản/Trường/Viện, lần xuất bản/tái bản.
 - Nếu là bài báo/báo cáo khoa học: Tên tác giả (năm), Tên bài báo/báo cáo, Tạp chí/Hội nghị/Hội thảo, Tập/Kỷ yếu, số, trang.
 - Nếu là trang web: Phải trích dẫn đầy đủ tên website và đường link, ngày cập nhật.
12. Định dạng mẫu bài báo tham khảo tại địa chỉ http://tapchikhcn.saodo.edu.vn/news/detail/198/format_paper
Bài báo sau khi xuất bản sẽ được công bố trên <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>.

THÔNG TIN LIÊN HỆ:

Ban Biên tập Tạp chí Nghiên cứu khoa học, Trường Đại học Sao Đỏ

Phòng 203, Tầng 2, Nhà B1, Trường Đại học Sao Đỏ.

Địa chỉ: Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

Điện thoại: (0220) 3587213, Fax: (0220) 3882921, Hotline: 0912 107858/0936 847980.

Website: <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>

Email: tapchikhcn@saodo.edu.vn



BỘ CÔNG THƯƠNG

TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

Địa chỉ:

- **Số 1:** Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.
- **Số 2:** Số 72, đường Nguyễn Thái Học, phường Thái Học, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.
- **Điện thoại:** (0220) 3882 269 **Fax:** (0220) 3882 921 **Website:** <http://saodo.edu.vn> **Email:** info@saodo.edu.vn

P. ISSN 1859-4190
E. ISSN 2815-553X

Số 2 (89)
2025

Địa chỉ Tòa soạn:

Trường Đại học Sao Đỏ.

Số 76, Nguyễn Thị Duệ, Thái Học 2, phường Sao Đỏ, thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương.

Điện thoại: (0220) 3587213, Fax: (0220) 3882 921, Hotline: 0912 107858/0936 847980.

Website: <http://tapchikhcn.saodo.edu.vn>/Email: tapchikhcn@saodo.edu.vn.

Giấy phép xuất bản số: 620/GP-BTTTT ngày 17/9/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông.
In 2.000 bản, khổ 21 × 29,7cm, tại Công ty TNHH in Tre Xanh, cấp ngày 17/02/2011.